

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Komunitas lingkungan Bumantara Team adalah komunitas yang bergerak dalam bidang lingkungan dan memiliki visi dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat. Namun sayangnya, sebagai komunitas lingkungan Bumantara masih mendapatkan permasalahan dengan minimnya jumlah anggota *volunteer* yang dipengaruhi dengan kurangnya *brand awareness* terhadap keberadaan Bumantara Team. Salah satu faktornya adalah munculnya mispersepsi terhadap identitas Bumantara Team dan kesan kurang profesional dari identitas yang mempengaruhi *brand trust* dari para audiens. Melalui hal tersebut, maka dilakukanlah perancangan ulang identitas visual komunitas lingkungan Bumantara Team. Proses perancangan yang dilakukan mengacu kepada tahapan *The Branding Process* dari buku Alina Wheeler & Rob Meyerson yang memuat lima tahapan utama mulai dari *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*.

Proses perancangan diawali dengan tahap *conducting research* untuk melakukan pengumpulan riset mulai dari riset terhadap Bumantara Team dan target audiensnya. Dilanjutkan dengan *clarifying strategy* untuk menganalisis seluruh riset yang sudah dilakukan untuk diatur sebagai landasan dalam proses *designing identity*. Berdasarkan seluruh hasil riset yang sudah dilakukan penulis kemudian menyusun *brand brief* yang dijadikan sebagai acuan dasar proses desain yang kemudian diproses hingga mendapatkan *big idea* “*Brave Souls in Messy Roles*”.

Dari sini penulis dapat mulai melakukan perancangan dengan berlandaskan pada *big idea* dan *brand mantra* yang sudah disusun sebelumnya. Perancangan identitas dilakukan mulai dari perancangan logo yang mengubah bentuk logo menjadi lebih *trusted* dan *representative*, beserta dengan elemen identitas visual lainnya yang melengkapi kesatuan identitas visual mulai dari

supergrafis, *icon*, dan maskot. Setelah itu penulis dapat melakukan tahap *creating touchpoints* dengan mengimplementasikan seluruh elemen identitas visual yang sudah dibentuk ke dalam berbagai jenis media kolateral seperti *stationery*, *starter kit*, *advertising*, *field signage*, *vehicle*, dan *merchandise*. Seluruh elemen identitas visual perlu diaplikasikan secara konsisten kepada seluruh jenis media kolateral untuk menjaga konsistensi dan kesatuannya sebagai satu identitas yang sama. Selain itu konsistensi identitas visual juga berpengaruh besar dalam membangun profesionalitas dan *brand trust* bagi target audiensnya.

Hingga akhirnya seluruh elemen identitas visual beserta pengaplikasian yang sudah dirancang dapat disusun dalam satu susunan buku yang utuh, yaitu *brand identity guidelines*. Tahap ini dinamakan sebagai tahap *managing assets* dimana penulis akan menyusun seluruh elemen visual yang sudah dirancang bersama dengan pengaturan yang sudah dirancang. Buku ini akan menjadi pegangan utama dalam mengimplementasikan identitas visual komunitas Bumantara Team. Adanya perancangan buku *brand identity guidelines* juga dapat menjadi landasan utama dalam membantu Bumantara Team menjaga profesionalitas dari segi konsistensi tampilan identitasnya.

Seluruh perancangan yang sudah dilakukan juga sudah tervalidasi pada proses *market validation* dengan beberapa narasumber yang merupakan target audiens dari Bumantara Team dimana perancangan sudah menunjukkan kesesuaiannya dengan Bumantara Team dan telah merubah identitas visual Bumantara Team menjadi lebih sesuai dan representatif. Elemen identitas yang lebih mudah diidentifikasi (*identifiable*) dengan menggunakan permainan kontras warna yang tinggi telah membantu membedakan identitas Bumantara Team dari komunitas lingkungan pada umumnya. Sehingga solusi dari permasalahan identitas Bumantara Team telah disusun melalui seluruh perancangan ulang identitas visual komunitas yang telah dilakukan dengan menghasilkan media utama *brand identity guidelines book*.

5.2 Saran

Berdasarkan pada seluruh proses perancangan yang sudah penulis lakukan, penulis dapat merumuskan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi penelitian dan perancangan selanjutnya, terutama dalam proses perancangan tugas akhir kedepannya. Berikut adalah beberapa saran yang disajikan dalam dua kategori dan memuat sisi teoretis dan praktis :

1. Dosen/ Peneliti:

Penulis menyarankan agar penelitian dan perancangan selanjutnya lebih cermat dalam menentukan topik tugas akhir dengan mempertimbangkan ketersediaan serta kemudahan akses terhadap data riset yang mendalam. Keterbatasan data maupun observasi dapat menghambat proses pengumpulan dan analisis data, sehingga berpengaruh pada kekuatan landasan perancangan. Dalam proses perancangan, diperlukan juga eksplorasi yang luas serta *double checking* untuk memastikan desain yang dihasilkan tidak menyerupai karya lain untuk menghindari potensi plagiasi. Penyusunan *brand identity guidelines* juga disarankan dilakukan secara detail dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami agar dapat menjadi acuan yang konsisten. Selain itu, pemilihan media kolateral perlu disesuaikan dengan topik dan tujuan perancangan agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, serta didukung proses *market validation* atau bimbingan spesialis guna memperoleh masukan yang konstruktif. Penyediaan waktu untuk revisi juga menjadi bagian penting dalam menghasilkan perancangan yang lebih matang.

Dari sisi pendekatan desain, perancangan identitas visual tidak hanya perlu mempertimbangkan aspek strategis dan visual, tetapi juga aspek kultural dan simbolik, seperti makna warna, bentuk, serta filosofi yang relevan dengan konteks sosial masyarakat. Pendekatan non-teknis, seperti filosofi atau kepercayaan visual (misalnya *feng shui*), dapat dijadikan nilai tambah selama tidak bertentangan dengan konsep dan tujuan *brand*. Pengembangan konsep juga sebaiknya diimplementasikan secara komprehensif melalui pendekatan visual yang sesuai dengan perspektif

Desain Komunikasi Visual agar ide yang dirancang tidak hanya konseptual, tetapi juga komunikatif, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penulis juga menyarankan agar perancangan ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam membangun sistem identitas visual yang lebih representatif dan konsisten bagi Bumantara, serta dikembangkan lebih lanjut oleh dosen dan peneliti, khususnya dalam kajian *branding* komunitas yang bersifat “kontroversial” namun memiliki tujuan positif. Kajian lanjutan diharapkan dapat memperdalam aspek strategi komunikasi, persepsi audiens, serta dampak identitas visual terhadap pembentukan kepercayaan publik.

2. Universitas:

Penulis berharap agar perancangan ini dapat menjadi acuan sekaligus tambahan referensi bagi Universitas Multimedia Nusantara dalam menyediakan landasan teoretis dan praktis yang lebih kuat untuk proses perancangan identitas visual ke depannya. Hasil perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual yang mengangkat topik serupa, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan perancangan tugas akhir.

